UNE SÉLECTION
DE FORMATIONS POUR SOUTENIR
LE DÉVELOPPEMENT
DE VOTRE ENTREPRISE

Prépresse - Imprimerie - Sérigraphie
Reliure-Brochure-Dorure - Routage

web to print
total covering
offre multicanal
impression
entretien
numérique
professionnel
marketing
site web
gestion
appel d'offre

100 % FORMATION

100 % FINANCÉES









Programme de formation
CECI formation
Réseaux sociaux



Objectifs pédagogiques

- Identifier les sources de problèmes et comprendre les dynamiques conflictuelles.

- Identifier les solutions de régulations et les leviers. Mettre en place les comportements adéquats pour sortir du conflit.

- Mettre en situation des conflits pour en sortir.

Durée

14h en continu

Évaluation

Attestations de compétences

Programme détaillé

1 - Panorama du web social
> Pourquoi et comment le web social change le monde ?
- Chiffres clés, usages et tendances des réseaux sociaux
- Du web 2.0 au web socio-sémantique...
- Les réseaux sociaux : quel impact sur les marques, les entreprises, la société ?
- 3 études de cas sur la révolution du web social

> Panorama des réseaux sociaux
- Classification et typologies des réseaux sociaux et de la blogosphère
- Usages et fonctionnalités des principaux réseaux et médias sociaux
- Facebook, Twitter, Google+, Linkedin/Viadeo, Pinterest et Youtube à la loupe
(de la création du compte aux fonctionnalités pour les entreprises et les organisations)

> Système de veille et de monitoring sur les réseaux sociaux
- Les notions de réputation, d'influence et de viralité sur les réseaux sociaux
- Le modèle SMILink© d'analyse de l'écosystème de communication
- 5 outils de veille et de monitoring des réseaux sociaux : scoopit, klout, hootsuite, socialmention, radian

2 - Stratégies et outils du community management
> Content et community manager : rôle et missions
- Quelle place pour le community management dans la stratégie d'entreprise ?
- Community manager : les compétences requises, les évolutions du métier
- Le quotidien du community manager : études de cas et témoignages

> Élaborer une stratégie de communication sur les réseaux sociaux
- Définir ses objectifs : notoriété, image, leads, fidélisation, engagement...
- La théorie de l'engagement : comment obtenir de l'engagement sur les réseaux sociaux ?
- Repérer les influenceurs et les points de connexion-clés de votre écosystème
- Configurer un dispositif de web social : quels réseaux et médias sociaux investir ?
- Élaborer une stratégie de brand content social (politique éditoriale et storytelling)
- 2 études de cas (exercices pratiques)

> Mettre en œuvre : « content et community management »
- Quels investissements en temps, en ressources et en budget ? Comment optimiser ?
- Respecter les principes fondamentaux du web 2.0 : la conversation, la participation, le partage, le flux...
- Charte de modération et méthodes de gestion des commentaires/contributions
- Collaborer avec les communautés existantes et/ou créer sa propre communauté
- Créer le buzz : quelques mécaniques avec études de cas
- Transformer vos fans en ambassadeurs : études de cas
- Les outils de veille, de gestion et de modération de communautés (gratuits et payants)

> Mesurer l'impact et améliorer l'efficacité
- Connaître les outils de mesure et les indicateurs clés (étude de cas)
- Définir ses metrics : mesures qualitatives, quantitatives, notoriété, engagement...
- Méthodes d'analyse et reporting

3 - Expériences sectorielles et cas pratiques
> Gérer le «bad buzz»
- Les outils de veille de votre réputation sur internet (mode d'emploi)
- Les stratégies de réponse (3 analyses de cas)
- Gérer «L'empreinte» du bad buzz

Contact

Mr Bermond

g.bermond@ceci-formation.fr

Tél : 06 27 80 26 06

